

4-3 分析データの準備

本調査で収集されたデータは上司と部下の紐付きデータである。以下の方法に従って上司・部下データを準備した。

部下2名を持つマネジャーが20名であり、部下4名を持つマネジャーが159名であった。179人のマネジャーが回答したが、7名のマネジャーについては部下との紐付けができなかったため、172名のデータが分析にかけられることとなった。

マネジャー1人に対して複数の部下が回答しているため、1人のマネジャー・データに紐付けられた部下データは複数となる。データ分析のために、マネジャーごとに部下データの平均値を計算し、1つの上司データに対して部下データも1つとなるように集計値化した。例えば、マネジャーAの部下がB、C、D、Eとすると、部下評価によるビジョンのデータを作成するために、部下BからEの4人の平均点を計算して部下データとした。

分析方法

本章では回帰分析を用いて分析を行った。

分析を行う際、マネジャーの年齢、勤続年数、役職をコントロール変数として設定し、その影響を統計的に統御した後に、主なデータ分析を行った。コントロール変数の影響を図中に細かく記載すると主だった関係性が読み取りにくくなるため、コントロール変数の数値は省略した。

紐付きデータのため、各概念について、上司データと部下データが存在する。回帰分析にあたって、どちらのデータを投入するかは、理論的妥当性や先行研究の知見などから総合的に判断した。具体的には、表4-3-1に示されたように、本分析でカギとなる5つの変数について、以下で行っていく5分析それぞれで、分析に用いられるデータの収集元——上司による回答を用いるのか、部下の集計値を用いるのか——が変わってくる。

表 4-3-1
変数とデータ元のまとめ

図	変数	データ元
図 4-4-1	管理行動	部下
	ビジョン行動	部下
	職場の競争力	上司
図 4-4-2	管理行動	上司
	ビジョン行動	上司
	職場の競争力	上司
図 4-4-3	管理行動	部下
	ビジョン行動	部下
	職場の競争力	部下
図 4-5-1	管理行動	部下
	ビジョン行動	部下
	シェアド・メンタルモデル	上司
図 4-5-2	管理行動	部下
	ビジョン行動	部下
	フォロワーシップ	上司
図 4-6-1	管理行動	部下
	ビジョン行動	部下
	シェアド・メンタルモデル	部下
	フォロワーシップ	上司
	職場の競争力	上司

図の読み方

図中では、「管理行動」「ビジョン行動」「シェアド・メンタルモデル」「フォロワーシップ」「職場の競争力」の5つの変数を楕円で示し、その関係性を検討している。アミカケの楕円は上司による回答を、白ヌキの楕円は部下の回答の平均値を示している。

実線は影響力がある（統計的有意である）ことを示し、点線は影響力がない（統計的に有意でない）と解釈できる。図中に記載された数値の大きさを比較することができる。

影響力がない場合には、数値の大きさや方向性（正と負）の意味を考える必要はない。実線の数値と方向性のみに着目してほしい。